

**PROSES PENGKOMUNIKASIAN IDENTITAS PRODUK**  
**MELALUI LIRIK *JINGLE* IKLAN**  
**(Studi Deskriptif-Kualitatif Tentang Proses Pengkomunikasian Identitas**  
**Produk Minuman Ale-Ale Melalui Lirik *Jingle* Iklan Ale-Ale**  
**Versi Duo Maia dan Andien)**



**SKRIPSI**

**DISUSUN OLEH:**

**GREGORIUS NUGROHO BUDI WAHYONO**

**03 09 02300**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2011**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PROSES PENGKOMUNIKASIAN IDENTITAS PRODUK  
MELALUI LIRIK *JINGLE* IKLAN**

**(Studi Deskriptif-Kualitatif Tentang Proses Pengkomunikasian Identitas  
Produk Minuman Ale-Ale Melalui Lirik *Jingle* Iklan Ale-Ale  
Versi Duo Maia dan Andien)**

Skripsi Ini Disusun Sebagai Syarat Kelulusan  
pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Oleh:

Gregorius Nugroho Budi Wahyono

03 09 02291/Kom

Disetujui oleh :



F. Anita Herawati., M.Si

Dosen Pembimbing

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PROSES PENGKOMUNIKASIAN IDENTITAS  
PRODUK MELALUI LIRIK *JINGLE* IKLAN**

(Studi Deskriptif-Kualitatif Tentang Proses  
Pengkommunikasian Identitas Produk Minuman Ale-Ale  
Melalui Lirik *Jingle* Iklan Ale-Ale Versi Duo Maia dan  
Andien)

Penyusun : Gregorius Nugroho Budi Wahyono

NIM : 03 09 02300

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada:

Hari/Tanggal : Rabu, 13 Juli 2011

Pukul : 10.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran Lantai II Gedung Bunda Theresa  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

### TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si

Penguji Utama

F. Anita Herawati, SIP., M.Si

Penguji I

Dhyah Ayu Retno Widyastuti, M.Si

Penguji II



## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan Surat ini saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Gregorius Nugroho Budi Wahyono  
No Mahasiswa : 03 09 02300  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Karya Tulis : **PROSES PENGKOMUNIKASIAN IDENTITAS  
PRODUK MELALUI LIRIK *JINGLE* IKLAN**  
(Studi Deskriptif-Kualitatif Tentang Proses  
Pengkomunikasian Identitas Produk Minuman Ale-  
Ale Melalui Lirik *Jingle* Iklan Ale-AleVersi Duo  
Maia dan Andien)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis akhir ini benar-benar saya  
kerjakan sendiri.

Karya tulis ini bukan merupakan plagiarisme, penulian hasil karya milik orang lain,  
hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-  
material, atau pun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan  
karya tulis saya secara orisinal dan otentik.

Bila di kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan  
pernyataan saya, maka saya bersedia diproses oleh tim Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang dibentuk untuk melakukan  
verifikasi dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

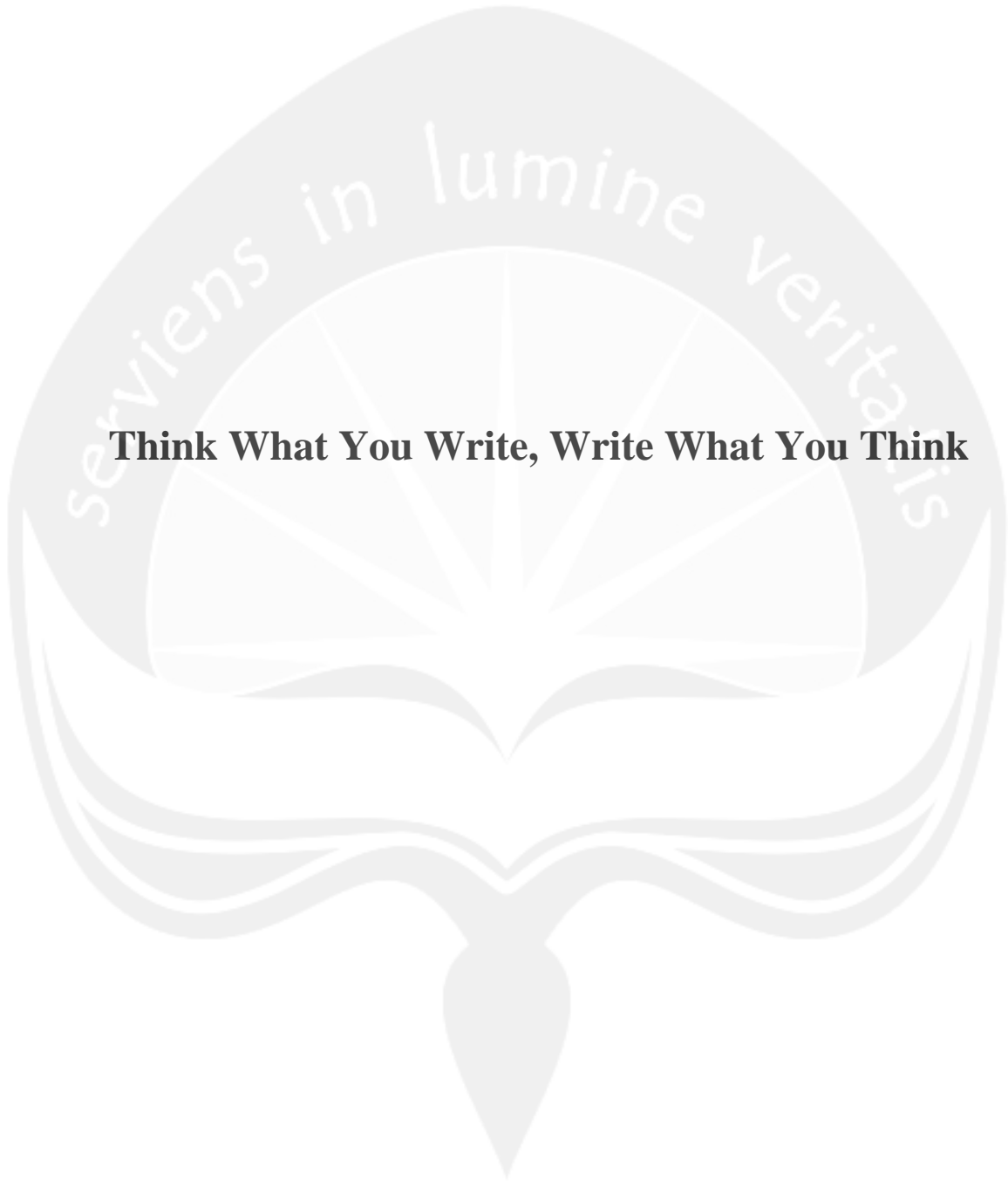
Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan atau  
tekanan siapa pun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 6 Juli 2011

Saya yang menyatakan,


Gregorius Nugroho Budi Wahyono





**Karya tulis ini kupersembahkan untuk  
Tuhan, Bangsa, Keluarga, dan Sesama.**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas anugerah Tuhan Yesus Kristus dengan selesainya pembuatan karya tulis ini. Setelah delapan tahun lamanya penulis melewati berbagai proses yang dilalui untuk mencapai titik akhir pendidikan jenjang kesarjanaan. Penulis tidak memungkiri bahwa berkat campur tangan-Nya juga karya tulis ini dapat terselesaikan.

Penulis juga sadar bahwa dalam menyelesaikan karya tulis ini banyak pihak yang telah membantu dan meluangkan waktu untuk mendukung penulis mengerjakan tahap demi tahap hingga skripsi ini benar-benar terselesaikan. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada :

- **F. Anita Herawati, M.Si.** selaku dosen pembimbing, penyemangat, dan sumber pencerahan penulis yang dengan penuh kesabaran membantu menyelesaikan karya tulis ini.
- **Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si** atas waktu dan pencerahannya ketika ujian.
- **Dyah Ayu Retno Widyastuti, Msi** atas waktu dan pertanyaannya ketika ujian.
- **F Sri Rishartati, St. Dwi Kustrita, dan B. Tri Feri Eni Kushartati** yang selalu mendukung penulis.
- **Keluarga Kusbini** atas talenta bermusiknya.

- **Pandansari Anom, Agus Hariyadi, Didi Simon Wahyudi, Imma Rachmawati, Betsy Dewanti** atas kesediaannya memberikan informasi kepada penulis.
- Keluarga besar **Bintang Pratama Communications.**
- **Doni Kurniawan Alldint Music Course** atas bantuan informasinya selama ini.
- **Risky Summerbee** terima kasih atas segala wawasan bermusiknya.
- **Pungky, Tia, Ragil, Nina, Ella, Selly, dan Dyah** atas kesediaannya menjadi responden.
- Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas kritik, saran, cibiran, dan tentang semua hal yang membantu penulis menyelesaikan karya tulis ini.

**Yogyakarta, 6 Juli 2011**



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	iv
MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAKSI .....	xv

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang .....	1
-------------------------	---

B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10
E. Kerangka Teori .....	11
1. Iklan Sebagai Bentuk Komunikasi .....	11
2. Musik Iklan ( <i>Jingle</i> ) .....	23
3. <i>Copywriting</i> .....	25
F. Kerangka Konsep .....	27
G. Metodologi Penelitian .....	36
1. Jenis Penelitian .....	36
2. Obyek dan Subyek Penelitian .....	36
3. Jenis Data .....	37
4. Tehnik Pengumpulan Data .....	38
5. Analisis Data .....	38

## **BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN**

A. Profil Bintang Pratama Communications .....	42
1. Sejarah Bintang Pratama Communications .....	42
2. Lingkup Pekerjaan.....	43
3. Personil dan Pembagian Kerja .....	44

a. <i>Client Service Department</i> .....	44
b. <i>Creative Department</i> .....	46
b.1 Creative Director .....	47
b.2 Art Director .....	47
b.3 Copywriter .....	48
B. Profile Ale-Ale .....	49
1. Sejarah Singkat Ale-Ale .....	49
2. Iklan Ale-Ale Versi Juara .....	50
 <b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS</b>	
A. Hasil Penelitian .....	58
B. Analisis Data Penelitian .....	87
1. Implementasi Prinsip VIPS pada Iklan Ale-Ale Versi Juara .....	87
2. Pendekatan Komunikasi Ale-Ale Melalui <i>Jingle</i> Iklan.....	102
3. Lirik <i>Jingle</i> Iklan Ale-Ale .....	108
4. Proses Pengkomunikasian Identitas Ale-Ale .....	116
 <b>BAB IV PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	133
B. Saran .....	135
 <b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
 <b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pengetahuan Konsumen Terhadap Merek Ale-Ale .....	84
Tabel 3.2 Pengetahuan Konsumen Terhadap Logo Ale-Ale .....	85
Tabel 3.3 Pengetahuan Konsumen Terhadap Warna Ale-Ale .....	86
Tabel 3.4 Pengetahuan Konsumen Terhadap Kemasan Ale-Ale .....	87
Tabel 3.5 Pengetahuan Konsumen Terhadap <i>Tagline</i> Ale-Ale .....	88
Tabel 3.6 Repetisi Pada Lirik <i>Jingle</i> Iklan Ale-Ale Versi Juara Duo Maia .....	110
Tabel 3.7 Rima Pada Lirik <i>Jingle</i> Iklan Ale-Ale Versi Juara Duo Maia .....	111
Tabel 3.8 Repetisi Pada Lirik <i>Jingle</i> Iklan Ale-Ale Versi Juara Andien .....	112
Tabel 3.9 Rima Pada Lirik <i>Jingle</i> Iklan Ale-Ale Versi Juara Andien .....	113
Tabel 3.10 Perbandingan Lirik <i>Jingle</i> Iklan Ale-Ale Duo Maia dan Andien.....	114
Tabel 3.11 Perbandingan Repetisi dan Rima Lirik <i>Jingle</i> Iklan Ale-Ale .....	115

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proses Komunikasi .....	17
Gambar 1.2 Tahapan Tujuan Komunikasi .....	21
Gambar 1.3 Proses Pengkomunikasian Identitas Produk .....	28
Gambar 2.1 TVC Ale-Ale Versi Juara Duo Maia .....	51
Gambar 2.2 TVC Ale-Ale Versi Juara Andien .....	53
Gambar 2.3 Logo Ale-Ale .....	55
Gambar 2.4 Kemasan Ale-Ale .....	56
Gambar 3.1 Proses Komunikasi Ale-Ale .....	115

## DAFTAR LAMPIRAN

**Lampiran I** : *Interview Guide*

**Lampiran II** : Transkrip Wawancara

**Lampiran III** : *Script Radio* Iklan Ale-Ale Versi Juara

**Lampiran IV** : Lirik *Jingle* Iklan Ale-Ale

**Lampiran V** : TVC Ale-Ale Versi Juara

## ABSTRAKSI

Ale-Ale sejak kelahirannya pada tahun 2007 selalu melakukan komunikasi dengan konsumennya menggunakan iklan berbasis *Jingle*. Dengan pendekatan komunikasi melalui *Jingle* iklan, Ale-Ale mampu mendapatkan tempat di benak konsumennya. Hingga pada akhirnya mendapatkan apresiasi dari konsumen dengan memperoleh penghargaan *Indonesian Best Brand Award* dua tahun berturut-turut pada tahun 2009 dan 2010. Melalui Duo Maia sebagai endorser di tahun 2010 dan Andien di tahun 2011, sekali lagi Ale-Ale memantapkan diri sebagai produk minuman yang digemari masyarakat dengan menyampaikan pesan penjualannya melalui iklan bertema Juara. Penelitian ini ingin menjelaskan bagaimana pengkomunikasian identitas produk Ale-Ale melalui lirik *Jingle* iklan sehingga dapat digunakan menjadi referensi dan menambah pengetahuan dalam bidang periklanan.

Penelitian ini menggunakan beberapa pijakan teori yang terdiri dari proses komunikasi iklan secara efektif melalui penerapan prinsip VIPS. Penerapan prinsip VIPS yang terdiri dari *Visibility*, *Identity*, *Promise*, dan *Singlemindedness* diimplementasikan ke dalam proses penciptaan pesan yang efektif. Fokus penelitian ini ada pada bagian *identity* dari prinsip VIPS yang digunakan sebagai topik utama dan digabungkan dengan teori copywriting pada strategi penulisan lirik *Jingle* iklan.

*Identity* sebuah produk yang terdiri dari elemen nama merek, logo, warna, desain kemasan, dan *tagline* dikomunikasikan oleh Ale-Ale melalui iklan berbasis *Jingle*. Sehingga bersinggungan dengan strategi penulisan lirik *Jingle* iklannya. Pengkomunikasian identitas produk Ale-Ale dilakukan dengan cara memasukkan elemen nama merek dan *tagline* ke dalam lirik dengan strategi repetisi pada susunan liriknya. Dan dengan bantuan lirik, elemen logo, warna dan desain kemasan Ale-Ale dikreasikan secara visual untuk menciptakan pengkomunikasian identitas produk secara efektif. Pengkomunikasian identitas produk melalui lirik *Jingle* iklan Ale-Ale versi Juara Duo Maia pada akhirnya dapat dipahami oleh konsumen ketika dapat mengidentifikasi beberapa elemen identitas produk Ale-Ale. Identifikasi tersebut dapat dilakukan dengan cara melihat produk Ale-Ale dalam iklan melalui elemen nama merek, logo, warna, desain kemasan dan *tagline*. Pada akhirnya proses pengkomunikasian identitas produk Ale-Ale melalui lirik *Jingle* iklan versi Juara Duo Maia dan Andien dapat dijelaskan dalam penelitian ini.

Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa elemen identitas produk yang dapat teridentifikasi oleh konsumen hanya pada elemen nama merek, logo, warna dan desain kemasan. Elemen *tagline* produk Ale-Ale tidak terkomunikasikan dengan efektif karena inkonsistensi penggunaan *tagline* yang dilakukan oleh tim kreatif atas keinginan klien.

**Kata kunci : Prinsip VIPS, *Product Identity*, *Jingle* iklan**